



VERDUURZAMING LOONT

Werken aan duurzaamheid doe je omdat de klanten en omgeving erom vragen en omdat het loont voor je bedrijf. Verduurzamen start met het vergaren van kennis. Over wat het is én wat je kunt doen. Verder is er vooral meer samenwerking nodig. Met INSVER is er een onafhankelijk kenniscentrum in duurzaamheid in de verzekeringsbranche gekomen, dat hierbij ondersteuning kan bieden. In dit artikel licht Kees Dullemond, initiator van INSVER, de faciliterende rol van INSVER en de mogelijkheden voor verduurzaming nader toe.

Invloed van wet- en regelgeving rond verduurzaming

Er is inmiddels veel informatie bekend over duurzaamheid, klimaatverandering en de afname van biodiversiteit. Toch is informatie alleen niet genoeg. Starten met het 'zijn' van de verandering die je graag wilt zien én goede samenwerking zorgt voor een versnelling van de verduurzaming in onze branche. Je merkt dat regelgeving een belangrijke stok achter de deur is om klimaat en regelgeving topprioriteit te maken. De politiek, DNB en AFM spelen hierin een belangrijke

rol. Vaak als we niet anders kunnen, dan starten we met veranderen en komen we in beweging. De nieuwe regels rondom duurzaamheidsrapportages zijn een aanzet om die beweging aan te wakkeren vanuit regelgeving.

Waarom moet een assurantiekantoor duurzaamheid omarmen?

Wat we meer mogen beseffen is dat wie tijdig deze handschoenen oppakt en een voortrekkersrol op zich neemt, de winnaar is van morgen. Door duurzaamheid te omarmen

en niet te wachten op wetgeving, winnen we tijd. Duurzaamheid loont en zal spoedig de standaard zijn binnen onze branche. De klant wil straks alleen nog maar zakendoen met duurzame partijen. Transparantie is daarin cruciaal om greenwashing te voorkomen. Te allen tijde moeten wij binnen onze branche vertrouwen uitstralen, gedege te werk gaan en helderheid bieden aan onze klanten en onze eigen onderneming. De stap naar duidelijke en echte 'duurzame verzekeringsproducten' is daarin een

mooie kans, waarin we kunnen tonen wie we zijn en wat ons vak waard is. INS-

Door duurzaamheid te omarmen en niet te wachten op wetgeving, winnen we tijd

VER wil adviseurs in de actiemodus helpen om die rol op te pakken. De hele keten verduurzaamt en je kan nu eenmaal niet achterblijven richting je klant. Dit maakt dat het loont om mee te gaan in deze trend en het maakt je bedrijf toekomstbestendig.

»



Waar begin je als bedrijf?

Werken aan een mooiere wereld voor toekomstige generaties kan op veel terreinen. Bij INSVER zijn de SDG's een inspiratiebron en een houvast van waaruit tips en tools worden ontwikkeld. Ook wordt sterk gekeken naar het People, Planet, Profit-model. Maar het kan soms ook veel simpeler. Verwoord eens voor jezelf wat je onder 'duurzaam' verstaat. Je kunt het omschrijven als: een lang leven en aardig en netjes met elkaar en de natuur omgaan. Duurzaamheid wordt door bedrijven geassocieerd met: toekomstige generaties, mooie wereld, energie, klimaat, biodiversiteit, hergebruik, et cetera. Maar ook met kosten, complex, te laat, duur, enzovoort. Een tip zou zijn om eens op een A4'tje jouw woorden over duurzaamheid op te schrijven en vervolgens wat je ermee wilt in je bedrijf.

Rol van verzekeringsbranche bij energie- en klimaattransitie

De samenleving staat voor een energie-, klimaat- en duurzaamheids-transitie. Wetgeving is erop gericht dat Nederland in 2050 CO₂-neutraal is en een circulaire economie heeft. Dat is nog een heel eind weg. Maar belangrijk is je ook te realiseren dat deze transitie eigenlijk sinds 1990

Wat een assurantiekantoor kan doen aan duurzaamheid:

- Informatie tot je nemen;
- Schrijf op één A4'tje wat duurzaamheid voor jou betekent;
- Ga in gesprek met je medewerkers;
- Bereken met een CO₂-calculator de uitstoot van je eigen bedrijf (deze calculator is toegankelijk voor leden via het INSVER-ledenportaal);
- Neem in het gesprek met de klant duurzaamheid mee;
- Kijk eens wat andere assurantiekantoren al doen;
- Ga in gesprek met je verzekeraars;
- Verdiep je in duurzaam schadeherstel: repareren in plaats van vervangen.

(en zelfs al daarvoor) is begonnen. We moeten nu in beweging komen als verzekeringsbranche. Om twee belangrijke redenen. Allereerst

- Wat een assurantiekantoor aan INSVER heeft;
- INSVER maakt het grote onderwerp duurzaamheid klein en biedt concrete hulpmiddelen waarmee een kantoor morgen aan de slag kan;
- Een maandelijkse nieuwsbrief over duurzaamheid en actualiteiten;
- Toegang tot het kennisportaal: een digitale bibliotheek over duurzaamheid en de verzekeringsbranche: artikelen, boeken en studies;
- Diverse praktische checklists over onder meer duurzaam advies, duurzaamheid en strategie en circulariteit;
- Twee verschillende CO₂-voetafdrukcalculators waarmee de CO₂-uitstoot van een assurantiekantoor berekend kan worden;
- Webinars, opleidingen en themabijeenkomsten.

kunnen alle bedrijven in de branche CO₂-neutraal worden en zelf veel doen om te verduurzamen. Daarmee draag je bij aan het beperken van de opwarming van de aarde en dus draag je bij aan een leefbare wereld voor toekomstige generaties. Een andere reden is de verzekeraarbaarheid van de verduurzaming. Om heel Nederland CO₂-neutraal te krijgen, moeten er nieuwe activiteiten ondernomen worden die de transitie ondersteunen. Als we die snel en makkelijk verzekeren, kan dus de transitie sneller gerealiseerd worden. Met producten, verstand van zaken en de wil om te verzekeren kunnen verzekeraars en adviseurs hierop inspelen.

Hoe kunnen we dit aanpakken?

Het is een hele lange weg. Stil blijven zitten en toekijken met de gedachte 'ik kan hier niets aan doen' werkt niet. Het allerbelangrijkste is: kom in beweging, door kleine stapjes te zetten. Daarbij moeten we ons realiseren dat niemand dit alleen kan. Je kent het gezegde: alleen ga je sneller, maar samen kom je verder. Adviseurs en verzekeraars mogen meer met elkaar in gesprek gaan, simpelweg omdat ze elkaar nodig hebben. En adviseurs kunnen meer in gesprek gaan met hun

Duurzaamheid loont voor assurantiekantoren:

- Kosten (van energie) lager;
- Meer klantcontact: advisering van verzekeringen;
- Versterking van de klantrelatie;
- Grotere aantrekkelijkheid als werkgever voor medewerkers;
- Door duurzaam ondernemerschap grotere toekomstbestendigheid van het bedrijf.

klanten door in het adviesproces het onderwerp duurzaamheid een plek te geven.

Zitten klanten daarop te wachten?

Adviseurs en verzekeraars bedienen gezamenlijk 8,1 miljoen huishoudens in Nederland en ruim twee miljoen bedrijven en zzp'ers. Elk gezin en elk bedrijf en elke organisatie kan beter functioneren en heeft meer continuïteit door verzekerd te zijn. Zij allen moeten ook een klimaattransitie doormaken, waardoor er ook meer vraag en behoefte ontstaat voor ondersteuning. De verzekeringsbranche maakt dit mede mogelijk. De adviseurs spelen hierin een cruciale rol: zij hebben het contact met de klant en weten wat er speelt. Uit onderzoek blijkt dat steeds meer burgers en bedrijven een actieve rol verwachten van hun financieel adviseurs op het gebied van duurzaamheid.

CO₂-uitstoot verminderen: wat kan een assurantiekantoor hiermee?

De opwarming van de aarde is een groot probleem. Overstromingen, branden, heviger stormen en dergelijke zijn het gevolg. De grote boosdoener in dit verhaal is de hoge CO₂-uitstoot. Die komt vrij bij verbranding van fossiele brandstoffen. We zullen alle zeilen bij moeten zetten om de opwarming van de aarde te beperken tot 1,5 graad. De grootste stap die we kunnen zetten is als branche ervoor te zorgen dat onze CO₂-uitstoot naar nul gaat. Elk bedrijf in de verzekeringsbranche kan zijn CO₂-uitstoot berekenen en vervolgens een plan van aanpak maken om dat te reduceren. En weet je wat zo mooi is: als assurantiekantoren goed weten hoe die CO₂-reductie werkt, kunnen ze ook al hun bedrijfsmatige

klanten veel beter ondersteunen op dit gebied.

Van vandaag op morgen te realiseren?

Het is niet altijd even zichtbaar wat er gebeurt in dit verduurzamingsproces. Een helder perspectief ontbreekt. En het ligt zo ver in de toekomst; wie heeft er nu een beeld van hoe de wereld eruitziet in 2050? Het is daarom moeilijk om te zien wat de bijdrage van jou als individu of bedrijf is. Wat voor impact kan ik maken? Door met elkaar ideeën op te doen, in gesprek te gaan en in beweging te komen, ontstaat er zicht op de weg die we willen bewandelen. Duurzaamheid is geen concurrentieel onderwerp. Daarom wil INSVER een onafhankelijk platform zijn, waar de gehele branche gebruik van kan maken. Werken aan een mooiere samenleving doen we voor en met elkaar. Hopelijk brengt het onderwerp

Steeds meer burgers en bedrijven verwachten een actieve rol van hun financieel adviseurs op het gebied van duurzaamheid

duurzaamheid de verbinding tot stand tussen belangenorganisaties, financieel adviseurs, gevolmachtigde agenten, verze-

keraars en alle andere belangrijke partijen. Als we met z'n allen vanaf vandaag allemaal kleine stapjes zetten, zijn we over twee jaar al een heel eind op weg. ●

S. (Sara) Hattink

De auteur is verantwoordelijk voor de marketing/communicatie van INSVER. Dit artikel is tot stand gekomen in samenwerking met Kees Dullemond, initiator en directeur van INSVER.



GECEITEERD

Met het oog op de klimaatverandering moeten we in een deltaland als Nederland blijven investeren in waterveiligheid.

Timo Brinkman, beleidsadviseur bij het Verbond van Verzekeraars, in *GA-Magazine*

Ik verwacht dat in 2030 meer dan 35 procent van de verzekeringsmarkt uit embedded insurance bestaat.

Marijn Moerman, CEO en mede-oprichter van Alicia, op *VVPonline*

Voor de arbeidsparticipatie van visueel gehandicapten is een arbeidsdeskundige probleemoplosser, participatiedeskundige en 'tovenaar'.

Erwin Audeaerde, arbeidsdeskundige en gerechtelijk deskundige bij Trivium advies, in *AD Visie*

Een verbod op betaling van ransomware door bedrijven en/of vergoedingen door verzekeraars kan andere onbedoelde gevolgen hebben die volgens ons zorgvuldig moeten worden overwogen.

Andrew Hall, CEO en managing director van de Insurance Council of Australia, in *Risk en Business*

Bij veel van onze klanten zien we een voortdurende verbetering, met name rond het weerbaarder maken van supply chains, het verbeteren van de bedrijfscontinuïteitsplanning en het versterken van cybercontroles.

Joachim Müller, CEO Allianz Global Corporate & Specialty in *Risk en Business*

(Het opnemen van een uitspraak betekent niet per se dat de redactie de mening deelt.)

REAGEREN?

Mail naar beursbengel@nibesv.nl.